

DAFTAR PUSTAKA

- Yupi Yulawati,dkk. (2017), Belanja Hedonis di Kalangan Mahasiswa,
JURNAL EKUBIS Volume 1, No. 2, Pebruari 2017, ISSN: 2541-1950
- Valentin I. F. Samuri,dkk. (2018), STUDI DESKRIPTIF MOTIVASI
BELANJA HEDONIS PADA KONSUMEN TOKO ONLINE
SHOPEE, *Jurnal EMBA Vol.6 No.4 September 2018, Hal. 2238 –
2247, ISSN 2303-1174*
- Laras Ayu Febriana,dkk. (2020), MOTIVASI BERBELANJA HEDONIS
DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA STARBUCKS MALANG CITY POINT, *Jurnal Aplikasi
Bisnis, E-ISSN: 2407-5523 Volume:6 Nomor:1, Juni 2020, ISSN
:2407-3741*
- Annisa Julianti. (2020). KECEMASAN DAN PEMBELIAN IMPULSIVE
PADA SAAT PANDEMI COVID-19, *UG JURNAL VOL.14 Edisi 12
Desember 2020*
- Halim Agung,dkk. (2021), Dampak Strategi Pemasaran Digital Shopee
Terhadap Pembelian Impulsive Produk Kesehatan Selama Pandemi
Di Indonesia, *COMMUNICATION, VOL. 12 NO.2 OKTOBER 2021.
122 – 131 p-ISSN 2086 - 5708 e-ISSN 2442 – 7535*
- Amalina Maryam Zakiyyah. (2018), PENGARUH FLASH SALE
TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIVE ONLINE PADA TOKO

ONLINE “PULCHRAGALLERY”, *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia Vol. 4 No. 1 Juni 2018 Hal. 63-70*

Desianty Fithri Wahyuni,dkk. (2018), HEDONIC SHOPPING MOTIVES TERHADAP IMPULSIVE BUYING PADA KONSUMEN TOKOPEDIA, *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen Volume 11, No 2, Agustus 2018, Hal. 59-65 ISSN 1979-0600 (print) 2580-9539 (online)*

Dewi Noor Susanti,dkk. (2021), PENGARUH HEDONIC SHOPPING MOTIVES TERHADAP IMPULSIVE BUYING MELALUI SHOPPING LIFESTYLE DAN FASHION INVOLVEMENT, *JURNAL EKONOMI DAN TEKNIK INFORMATIKA VOL.9 NO.2 2021 p-issn : 2338-4697, e-issn : 2579-3322*

Winda Noor Nawang Wulan, dkk (2019), Analisis Pembelian Tidak Terencana pada Toko Online Shopee, *Jurnal ekonomi bisnis*, DOI: 10.35590/jeb.v6i1.830

Trang T.M. Nguyen, etc (2006), HEDONIC SHOPPING MOTIVES, SUPERMARKET ATTRIBUTES, AND SHOPPER LOYALTY IN TRANSITIONAL MARKETS EVIDENCE FROM VIETNAM. *University Of Sydney, Australia*

Verplanken B, Herabadi A (2001, Individual Differences in Impulsive buying Tendency : *Feeling and no Thinking*, *European Journal of Personality*, DOI :10.1002/p

Edward, E. A. (1993). Development of a new scale for measuring compulsive buying behavior. *Financial Counseling and Planning*

- Alfina Pramelia, dkk (2021), *Tren Belanja Online dan perilaku Pembelian Impulsif*, *Konsorsium Psikologi Ilmiah Nusantara*, ISSN 2477-1686
Vol. 7 No. 17 Sep 2021
- Dayang, dkk (2018), *Pengaruh Hedonic Shopping Motives terhadap Shopping lifestyle dan Impulsive Buying*, *Fakultas ilmu adminitrasi Universitas Brawijaya* Vol. 4 No.2 September 2018
- Lia Octaria Pasaribu, dkk (2016), *PENGARUH HEDONIC SHOPPING MOTIVES TERHADAP IMPULSIVE BUYING PADA TOKO ONLINE ZALORA*, *Fakultas Komunikasi Bisnis Telkom* Vol. 19 Nomor 5, 2016
- Rinny Apriyanti Zurit, dkk (2016), *Pengaruh Hedonic Shopping Motivation terhadap Impulsive Buying Pada Toko Online*, Vol.3 No.3 2016
- Lisa Octavia, dkk (2016), *Fenomena Perilaku Belanja Online Sebagai Altefnatif Pilihan Konsumsi Di Kalangan Mahasiswa Universitas Negeri Surabaya*, *Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum*, Vol. 4 Nomor 3 Tahun 2016
- Yuniar Dwisartika, dkk (2018), *GAYA HIDUP HEDONIS DAN INTENSI KORUPSI PADA MAHASISWA PENGURUS LEMBAGA INTRA KAMPUS*, *Jurnal Ilmiah Psikologi Terapan*, Vol. 6 Nomor 2 Tahun 2018
- Yupi Yuliawati, dkk (2017), *Belanja Hedonis di Kalangan Mahasiswa*, *JURNAL EKUBIS*, Vol.1 Nomor 2 Tahun 2017